

Lorsqu'on réfléchit à l'art et aux questions esthétiques, on suppose en général que la véritable œuvre d'art fonctionne par suggestions et allusions, et non par une assertion ou un message particulier. Nous pourrions sinon tout autant contempler une affiche ou une publicité, dont le but unique est de persuader et de vendre. ‖ Les deux décennies qui suivirent la Seconde Guerre mondiale ont connu une prolifération saisissante d'images de publicité dessinées dans ce but précis, liées à une culture émergente dans laquelle l'aisance et le luxe apparaissent non comme le privilège exclusif d'une minorité mais comme l'objet auquel aspirent les masses. ‖ Des publicités comme celle de la société Armstrong, focalisées sur l'habitation pavillonnaire – transfigurée aujourd'hui en « rêve américain » –, servirent tant comme stimulus que comme mode d'emploi de cette nouvelle richesse partagée. Mais j'évoque ces publicités moins pour leur caractère représentatif de l'économie consumériste américaine que pour l'attention que leur a portée un certain groupe qui n'était en mesure de se procurer aucun

des biens présentés. Des magazines américains tel LADIES' HOME JOURNAL étaient diffusés au Royaume-Uni vers le milieu des années 1950. Et un groupe d'artistes mené par Richard Hamilton, John McHale et Magda Cordell voyait dans ces images un nouveau lexique pour une entreprise très différente. ‖ C'était l'un des nombreux groupes participant aux « unités » – ou « stands » comme ils les appelaient – de l'exposition THIS IS TOMORROW à la Whitechapel Gallery dans l'Est de Londres. Le terme de « stand » suggère une atmosphère de foire et c'est justement ce qui était transmis au public – plus que nulle part ailleurs dans le groupe 2, constitué de l'équipe d'Hamilton, McHale et Cordell déjà mentionnée. Entre miracle et monstruosité, le gigantesque panneau découpé de Robbie le Robot, tiré du film de science-fiction PLANÈTE INTERDITE (№ 1), donna le ton à une attraction inspirée de Phineas Taylor Barnum, née comme par magie de l'éphémère de la consommation de masse. ‖ Hamilton proposa une affiche pour l'exposition, imprimant à l'ensemble les préoccupations de son propre groupe. Le rendu granuleux noir et blanc de l'affiche trouve son origine dans un collage qui, dans la mémoire historique, éclipsa l'objet dont il devait faire la publicité – JUST WHAT IS IT THAT MAKES TODAY'S HOMES SO DIFFERENT, SO APPEALING? [Qu'est-ce qui rend les intérieurs d'aujourd'hui si différents, si séduisants ?] (№ 2). Ce titre provient de l'une des coupures de publicités américaines qu'il a soigneusement insérée dans le décor de cette publicité pour les sols en vinyle. L'inclusion d'une sucette géante TOOTSIE ROLL POP dans les mains du bodybuilder fut sans doute l'un des éléments les plus décisifs dans le choix du nom donné au mouvement tel qu'il sembla émerger soudainement cinq ans plus tard. ‖ Au même moment, les Anglais commençaient à s'intéresser aux productions de l'expressionnisme abstrait des États-Unis dont la ligne de conduite était de refuser catégoriquement les objets du commerce américain qui fascinaient tant Hamilton. Mark Rothko s'est fait leur porte-parole en déclarant une décennie plus tôt : « L'identité familière des choses doit être pulvérisée pour que soient détruites les associations limitées dont notre société enveloppe de plus en plus tous les aspects

de notre environnement[1]. » ‖ Mais était-ce réellement leur intention ? Ou existait-il un autre type d'imagination supérieure sous l'apparente évidence des produits commerciaux dans JUST WHAT IS IT...? Autrement dit, le collage d'Hamilton semble jouer avec une accroche du type de celles qui sont à l'œuvre dans les documents originaux qu'il reprend, mais en agissant ainsi, il les détourne vers un autre but. J'aimerais appeler ce but la « création d'un monde » – et c'est cette idée qui guidera mon texte. ‖ Selon ses propres termes, Hamilton cherche à définir THIS IS TOMORROW à partir de la cupidité d'AUJOURD'HUI :

> *Il y a d'abord l'homme et la femme, Adam et Ève sont les conditions nécessaires... une sorte de Superman... car je pensais qu'il fallait éliminer toute référence à une époque et s'il avait porté des habits, on aurait*

[1] Mark Rothko, « The Romantics were Prompted... », dans Charles Harrison et Paul Wood, ART IN THEORY, 1900-2000. AN ANTHOLOGY OF CHANGING IDEAS, Malden-Oxford-Victoria, Blackwell Publishing, 2002, p. 572.



> *pu le situer dans le temps beaucoup plus rapidement qu'un nu. Même chose pour la femme, je trouve qu'il est toujours nécessaire, si je choisis de prendre cet homme symbolique, qu'il ne porte pas d'habits, car cela le rend trop spécifique. Et ils sont ensuite disposés dans un espace intérieur. [...] Puis, j'ai commencé à ajouter d'autres choses comme du cinéma, de la bande dessinée, un magnétophone, le journal, des voitures, des personnes en masse plutôt que des individus, des appareils ménagers, et l'espace ; c'était à peu près l'époque où l'on commençait à photographier la terre vue de l'espace*[2].

Ce dernier élément fait de cet appareil photographique suborbital (juste avant le Spoutnik) quelque chose comme l'œil de Dieu et ce méta-discours transforme JUST WHAT IS IT... ? en une icône à l'origine non seulement d'une nouvelle tendance artistique mais aussi d'une nouvelle humanité.

[2] Richard Hamilton, THE JOHN TUSA INTERVIEW, BBC : http://www.bbc.co.uk/radio3/johntusainterview/hamilton_transcript.shtml

Le scénario de PLANÈTE INTERDITE s'inspirait de LA TEMPÊTE de Shakespeare (le Robot joue le rôle de Caliban). La pièce contient les fameux vers : « O BRAVE NEW WORLD / THAT HAS SUCH PEOPLE IN IT ! » [« Ô splendide nouveau monde / Qui compte de pareils habitants ! »]. Des vers qui pourraient également servir d'alternative au titre du collage d'Hamilton. Sans doute quelque effet subliminal qu'Hamilton produit en modernisant un mythe ancien de manière improbable mais réussie explique-t-il la si remarquable pérennité et la force d'attraction si constante de cette construction éphémère – elle compte parmi les œuvres les plus reproduites dans l'histoire humaine –, alors que les éléments qui la composent ont tant vieilli et que les efforts d'imitation superficiels sont restés en marge de l'histoire.



On pourrait dire que cette entreprise de création d'un monde incombait naturellement aux artistes POP anglais dans la mesure où leurs matériaux venus d'Amérique leur étaient plus étrangers, déjà fantastiques, et ainsi davantage susceptibles d'être réemployés dans de nouvelles configurations. Mais qu'en est-il d'Andy Warhol, le parangon de l'artiste POP américain, qui réalisa ses sérigraphies sur toile et ses estampes à partir d'un matériau directement accessible, s'imprégnant de l'atmosphère du monde virtuel qu'il respirait ? Rien dans l'œuvre de Warhol ne ressemble au tableau synoptique d'Hamilton, mais on doit reconnaître que le cosmos engendré par l'imagination ne doit pas nécessairement être comprimé dans une composition singulière. Nombre de commentateurs s'attachent à décoder dans cette œuvre une prise de position à l'égard de chacune des vedettes de cinéma, des marques commerciales, des photos de journaux qui y figurent. Rares sont ceux cependant qui se sont demandé comment les choix de Warhol se répondent l'un l'autre, et quelle sorte de monde est en train de se constituer par le moyen de ces corrélations. Car le fait est que la manière invariable dont Warhol transforme ses sources les fait ressembler l'une à l'autre plutôt qu'elles ne ressemblent à toute autre personne ou tout autre objet particulier du monde. ‖ Le trait commun